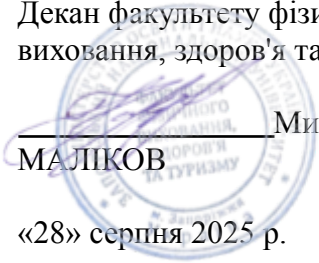


ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФАКУЛЬТЕТ
ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ, ЗДОРОВ'Я ТА ТУРИЗМУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету фізичного
виховання, здоров'я та туризму

 Микола
МАЛІКОВ

«28» серпня 2025 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ В СПОРТІ ВИЩИХ ДОСЯГНЕНЬ

підготовки магістр
денної та заочної форми здобуття освіти
освітньо-професійна програма Фізичне виховання
спеціальності 017 Фізична культура і спорт
галузь знань 01 Освіта/Педагогіка

ВИКЛАДАЧ: Воронкова Тетяна Володимирівна, викладач кафедри фізичної культури і спорту

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри фізичної
культури і спорту
Протокол № 1 від «19» серпня
2025 р. Завідувач кафедри
фізичної культури і спорту

Погоджено
Гарант освітньо-професійної
програми


В.О. Тищенко


А.В. СВАТЬЄВ

2025 рік

Зв'язок з викладачем (викладачами): викладач кафедри фізичної культури і спорту, Воронкова Тетяна Володимирівна

E-mail: kafedraops_ukr.net

Сезн ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069>

Телефон: +380664745950

Інші засоби зв'язку: Viber, Skype, Facebook Messenger, WhatsApp, Telegram – за вибором викладача

Кафедра: Фізичної культури і спорту, вул. Дніпровська, 35 Спортивно-оздоровчий комплекс, ауд. 203-а

1. Опис навчальної дисципліни

Маркетинг у спорті вищих досягнень базується, з одного боку, на загальних закономірностях просування й постійного вдосконалення продуктів і послуг, а з іншого – на врахуванні специфіки спорту як середовища їх використання. Концепція маркетингу не принесе успіху, якщо в ній не будуть враховані традиційні цінності спорту.

Маркетинг у спорті – це не те саме, що маркетинг у будь-якій іншій галузі. Для сфери професійного спорту, як відомо, головним товаром є результати успішної діяльності спортсменів-професіоналів, що вимагає не тільки їх реклами в ЗМІ, але й, насамперед, експертної маркетингової оцінки і процедур, які регламентують продаж-купівлю та використання їх спортивних здібностей, продаж-купівлю їхніх спортивних послуг якомусь клубу, спортивній організації тощо. Провідні спортсмени, виступаючи на міжнародних змаганнях навіть під національним прапором, побічно представляють потужні корпорації (через рекламу спортивного одягу, інвентарю тощо), які мають і відстоюють свої комерційні інтереси в спорті. Специфіка маркетингу в спорті вищих досягнень така, що продавати доводиться не тільки спортивні товари – речі, але і працю, і якості спортсменів, їхні рекорди і майстерність, послуги провідних спортивних фахівців і тренерів. Продається й купується і спортивне видовище крупних і престижних змагань. Спорт вищих досягнень – це «фабрика» і ринок рекордів. Маркетингові практики дозволяють організувати процес перетворення спортивних досягнень у товар, не порушуючи при цьому особистого достоїнства його виробників – спортсменів, тренерів, менеджерів.

Спортивний маркетинг розглядає спортивну діяльність як специфічну продукцію, яка через свою особливу спортивну місію потребує особливого маркетингового підходу. Мова йде про маркетинг ідей, видів спорту, змагань, відомих спортсменів, команд, тренерів тощо. Фахівець із фізичної культури і спорту в сучасному світі має не лише глибоко розуміти специфіку спортивного середовища, але й володіти інструментами ефективного маркетингу, які відповідають вимогам глобалізованого ринку. Таку можливість забезпечить вивчення курсу «Маркетинг в спорті вищих досягнень», який належить до дисциплін циклу вільного вибору студента в межах спеціальності.

Метою вивчення дисципліни «Маркетинг в спорті вищих досягнень» є: формування у здобувачів вищої освіти системного розуміння основ і практичних аспектів маркетингу в спорті вищих досягнень, а його актуальність пояснюється тим, що застосування маркетингових практик сприяє розвитку спорту вищих досягнень, його популяризації серед населення. У розвинутих країнах світу застосування стратегій, технологій та інструментів маркетингу в спорті стало звичним явищем, тоді як вітчизняна маркетингова школа у цій сфері тільки починає активно розвиватися.

Основними завданнями вивчення курсу «Маркетинг в спорті вищих досягнень» є: Ознайомитися зі стратегіями та інструментами маркетингу й особливостями їх використання безпосередньо у сфері спорту.

- ✓ Набути уявлення про планування, розробку та реалізацію маркетингових програм для спортивних організацій, клубів, федерацій та окремих спортсменів.
- ✓ Засвоїти принципи розробки та просування брендів спортсменів, команд і спортивних подій.
- ✓ Розглянути підходами до здійснення спортивних маркетингових комунікацій, налагодження взаємодії між організаторами спортивних заходів і спортсменами, глядачами, ЗМІ і компаніями-спонсорами та усвідомити роль медіа, соціальних мереж, PR-кампаній і реклами в просуванні спортивних заходів і персоналій.
- ✓ Набути вміння аналізувати попит, сегментацію цільової аудиторії, конкурентне середовище та поведінку споживачів у сфері спорту.

✓ Усвідомити залежність маркетингових практик у вітчизняному спорті вищих досягнень від економічної та політичної стабільності в нашій країні.

✓ Розвинути стратегічне мислення в контексті розвитку спорту.

Вивчення курсу сприятиме засвоєнню принципів маркетингових практик та розумінню їх ролі в спорті вищих досягнень, ознайомленню із сучасними маркетинговими трендами та усвідомленню причин, які гальмують розвиток спортивного маркетингу в нашій країні. У ході його вивчення здобувач вищої освіти ознайомиться з тенденціями розвитку спорту вищих досягнень в умовах ринкових відносин, із загальними закономірностями маркетингу та особливостями здійснення маркетингової діяльності у спорті вищих досягнень, інноваційними маркетинговими технологіями та інструментами просування спортивних продуктів, послуг, спортивних заходів, підходами до задоволення потреб споживачів; навчиться орієнтуватися в арсеналі інструментів маркетингу, в сучасних тенденціях розвитку маркетингу в спорті вищих досягнень, аналізувати вплив технологій маркетингу на розвиток спорту вищих досягнень, визначати чинники підвищення ефективності маркетингових практик в індустрії спорту.

Згідно з освітньо-професійними програмами «Фізичне виховання» дисципліна «Маркетинг в спорті вищих досягнень» належить до циклу освітніх компонентів вільного вибору студента в межах спеціальності підготовки освітніх програм «Спорт», «Фізичне виховання».

До рекомендованих пререквізитів належать освітні компоненти необхідні для успішного засвоєння курсу: “Організація фізичної культури і спорту в ринкових умовах”, “Теорія управління у фізичній культурі і спорті”, “Сучасні технології у фізичному вихованні і спорті”.

Опанування змісту освітнього компонента «Маркетинг в спорті вищих досягнень» сприяє формуванню професійних компетентностей, необхідних для успішного складання атестаційного екзамену та підготовки кваліфікаційної роботи магістра.

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
1	2	3
Статус дисципліни	Вибіркова цикл освітніх компонентів вільного вибору студента в межах спеціальності	
Семестр	3 -й	3 -й
Кількість кредитів ECTS	3	3
Кількість годин	90	90
Лекційні заняття	14 год.	4
Практичні заняття	12 год.	4
Самостійна робота	64 год.	82
Консультації	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
1	2	3
ЗК1. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети. ЗК8. Здатність працювати в міжнародному контексті. СК1. Здатність до критичного осмислення проблем у сфері фізичної компетентності культури і спорту, оригінального мислення та проведення досліджень СК5. Здатність розв'язувати проблеми у сфері фізичної культури та спорту у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності. СК9. Усвідомлювати принципи професійної та академічної етики і необхідність їх дотримання. РН1. Аналізувати особливості, протиріччя та перспективи розвитку сучасної сфери фізичної культури і спорту, критично осмислювати проблеми у галузі та на межі галузей знань. РН2. Приймати ефективні рішення щодо вирішення проблем у сфері фізичної культури та спорту, генерувати та порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та ресурсні потреби. РН6. Відшуковувати необхідну інформацію у науковій літературі, базах даних, інших джерелах, аналізувати та оцінювати цю інформацію.	Пояснювально-ілюстративні (пояснення, презентації), частково-пошукові (дискусії на практичних заняттях), дослідницькі (пошук наукових статей та підготовка до обговорення теоретичних питань на практичних заняттях), практичні методи: виконання практичних завдань, завдання самостійної роботи встановлення відповідностей, створення моделей, таблиць та схем).	Поточний контроль: усний контроль - опитування; письмовий контроль – оцінювання виконання практичних завдань, завдань на встановлення відповідностей, розробка портфоліо, оцінювання створення презентацій, створення моделей, таблиць та схем, оцінювання виконання завдань самостійної роботи; поточне тестування (у СЕЗН ЗНУ на платформі Moodle). Підсумковий контроль - залік: контрольне тестування (у СЕЗН ЗНУ на платформі Moodle), оцінювання письмового виконання практичного завдання – написання тез на наукову конференцію.

3. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Вступ до маркетингу в спорті вищих досягнень

Огляд поняття «маркетинг у спорті». Історія розвитку маркетингу в спорті. Типи спортивних організацій та їх маркетингові потреби. Аналіз ключових сегментів спортивного ринку.

Тема 2. Стратегії спортивного маркетингу

Основні стратегії спортивного маркетингу. Методи залучення та утримання фанатів. Просування спортсменів і команд. Маркетинг спортивних подій. Особливості маркетингу спортивних подій. Специфіка просування великих спортивних подій і специфіка маркетингу для міжнародних чемпіонатів. Позиціонування брендів у спорті. Процес позиціонування брендів у спорті. Створення іміджу спортивного бренду та стратегії залучення спонсорів і партнерів.

Тема 3. Спортивний брендинг

Створення та розвитку спортивного бренду. Поняття спортивного бренду та його відмінностями від інших типів брендів. Потреби цільової аудиторії при розробці спортивного бренду. Брендова ідентичність спортсмена, технології розробки марки бренду, команди чи події. Засоби комунікації спортивних брендів, рекламу, PR, соціальні медіа та офіційні канали.

Тема 4. Спонсорство та партнерство у спортивному маркетингу

Основні аспекти спонсорства та партнерства у спортивному маркетингу. Роль спонсорів у розвитку спорту та видами спонсорських угод. Партнерство між брендами та спортивними організаціями. Маркетингові стратегії та вигоди для обох сторін. Ефективність спонсорських угод за допомогою відповідних показників успішності.

Тема 5. Ліцензування в спорті

Основні поняття та правові засади ліцензування у спорті. Види ліцензування та процедура отримання ліцензії. Контроль та відповідальність у сфері ліцензування. Практичні аспекти застосування ліцензійних норм у спортивній діяльності.

Тема 6. Майбутнє маркетингу в спорті вищих досягнень

Інноваційні тенденції у спортивному маркетингу. Особливості використання віртуальної реальності, інтерактивних і змішаних технологій. Розвиток та етика в спортивному маркетингу. Проблеми та виклики екологічного й соціального маркетингу. Перспективи розвитку спортивного маркетингу. Ключові напрямки та тенденції, що формують майбутнє маркетингу в спорті вищих досягнень.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	2	3	4	5
Лекція 1	Тема 1. Вступ до маркетингу в спорті вищих досягнень	4	2	<i>тиждень 1</i>
Практичне заняття 1	Тема 1. Вступ до маркетингу в спорті вищих досягнень Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	8	2	<i>тиждень 2</i>
Самостійна робота	Тема 1 (за розділом 3). Основні поняття та сутність сучасного маркетингу, глобальне маркетингове середовище Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	9	13	
Лекція 2	Тема 2. Стратегії спортивного маркетингу	2	-	<i>тиждень 3</i>
Практичне заняття 2	Тема 2. Стратегії спортивного маркетингу Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	8	-	<i>тиждень 4</i>
Самостійна робота	Тема 2 (за розділом 3). Сучасні тенденції у стратегіях спортивного маркетингу Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	9	13	
Лекція 3	Тема 3 Спортивний брендинг	2	-	<i>тиждень 5</i>
Практичне заняття 3	Тема 3. Спортивний брендинг Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	4	-	<i>тиждень 6</i>
Самостійна робота	Тема 3 (за розділом 3). Брендинг у спорті: стратегічні підходи та вплив на імідж	9	13	

	Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069			
Лекція 4	Тема 4. Спонсорство та партнерство у спортивному маркетингу	2	-	тиждень 7
Практичне заняття 4	Тема 4. Спонсорство та партнерство у спортивному маркетингу Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	4	-	тиждень 8
Самостійна робота	Тема 4 (за розділом 3). Спортивний маркетинг крізь призму спонсорських і партнерських відносин Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	10	13	
Лекція 5	Тема 5. Ліцензування в спорті	2	-	тиждень 9
Практичне заняття 5	Тема 5. Ліцензування в спорті Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	4	-	тиждень 10
Самостійна робота	Тема 5 (за розділом 3). Ліцензування як інструмент контролю та розвитку спорту Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	9	13	
Лекція 6	Тема 6. Майбутнє маркетингу в спорті вищих досягнень	2	2	тиждень 11
Практичне заняття 6	Тема 6. Майбутнє маркетингу в спорті вищих досягнень Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069 Пройходження поточного тестування	4	2	тиждень 12
Самостійна робота	Тема 6 (за розділом 3). Трансформація спортивного маркетингу: нові горизонти для спорту вищих досягнень Завдання розміщені на платформі СЕНЗ ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	10	17	

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
Поточний контроль				
Практичне заняття 1	Практичне завдання	Усне опитування. Виконання завдань до практичного заняття, заповнювання таблиць, створення моделей та схем	Критеріями оцінювання є: повнота відповіді, здатність критичного аналізу теоретичного матеріалу, вміння наводити аргументи та робити висновки.	5
	Самостійна робота	Виконання завдань самостійної роботи в межах теми 1	Терміни виконання практичних завдань - у межах підготовки до практичних занять.	3
Практичне	Практичне	Усне опитування.	Терміни виконання завдань самостійної роботи - протягом	5

заняття 2	завдання Самостійна робота	Виконання завдань до практичного заняття, заповнювання таблиць, створення моделей та схем Виконання завдань самостійної роботи в межах теми 2	семестру до залікового тижня. Поточне тестування: 20 тестових завдань – кожна правильна відповідь = 0,5 бал Підсумкове виконання теоретичного завдання складається з тестування: 10 тестів – кожна правильна відповідь = 1 бал та 10 теоретичних питань: 10 питань – кожна правильна відповідь = 1 бал	3
Практичне заняття 3	Практичне завдання	Усне опитування Виконання завдань до практичного заняття, заповнювання таблиць, створення моделей та схем		5
	Самостійна робота	Виконання завдань самостійної роботи в межах теми 3		3
Практичне заняття 4	Практичне завдання	Усне опитування. Виконання завдань до практичного заняття: заповнювання таблиць, створення моделей та схем		5
	Самостійна робота	Виконання завдань самостійної роботи в межах теми 4		3
Практичне заняття 5	Практичне завдання	Усне опитування Виконання завдань до практичного заняття: заповнювання таблиць, створення моделей та схем		5
	Самостійна робота	Виконання завдань самостійної роботи в межах теми 5		3
Практичне заняття 6	Практичне завдання	Усне опитування Виконання завдань до практичного заняття: заповнювання таблиць, створення моделей та схем, кейс-дослідження успішного маркетингового рішення		5
	Самостійна робота	Виконання завдань самостійної роботи в межах теми 6 Поточне тестування Самостійне проходження тесту в СЕЗН ЗНУ за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069		5 10
Усього за поточний контроль	12			60
Підсумковий контроль				

Залік	Контрольне тестування	Питання для підготовки: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	Складається тестування з 10 завдань – кожна правильна відповідь = 1 бал	10
	Теоретичне завдання	Питання для підготовки: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7069	Складається тестування з 10 завдань – кожна правильна відповідь = 1 бал	10
	Індивідуальне завдання	Індивідуальне завдання може бути виконане у кількох варіантах, а саме: 1. Виконання індивідуального завдання із заданої теми, презентаційний (графічний, наочний) матеріал, аудіо- та відеоматеріал. 2. Проходження онлайн-курсу, тренінгу, вебінару, курсу підвищення кваліфікації. 3. Написання тез, участь у наукових конференціях. <i>Орієнтовна тематика тез:</i> 1. Особливості формування спортивного бренду в умовах високої конкуренції 2. Інтеграція цифрових технологій у маркетингові стратегії професійних спортивних клубів 3. Маркетингові комунікації у спорті вищих досягнень: ефективність та нові підходи 4. Спонсорство та партнерство в елітному спорті: сучасні моделі взаємодії 5. Емоційний маркетинг у спорті: створення лояльності серед фанатів 6. Роль соціальних мереж у просуванні спортсменів і спортивних клубів світового рівня 7. Мерчендайзинг як інструмент монетизації в професійному спорті 8. Аналітика поведінки вболівальників як основа для персоналізації маркетингових стратегій 9. Глобалізація спортивного маркетингу: як локальні бренди	Максимально тези на наукову конференцію оцінюються в 20 балів: враховується самостійність написання та актуальність проблематики. Розкриття змісту ІДЗ (повнота, логіка) – 6 балів; Науковість (обґрунтованість, актуальні джерела) – 5 балів; Самостійність (авторські висновки) – 4 бали; Оформлення та ІКТ (структура, цифрові інструменти) – 3 бали; Усний захист (чіткість, аргументація) – 2 бали.	20

		виходять на міжнародний ринок 10. Екосистема маркетингу у спорті вищих досягнень: тренди, виклики та перспективи розвитку		
Усього за підсумковий контроль				40

Відповідно до п. 2.7 Положення ЗНУ про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, здобувачі можуть перезарахувати окремі теми або види навчальної діяльності обсягом до 14 годин за результатами проходження онлайн-курсів, сертифікаційних програм, майстер-класів чи інших форм неформальної/інформальної освіти, зміст яких відповідає тематиці та результатам навчання цього освітнього компонента.

Перелік можливих форм неформальної освіти для перезарахування:

- міжнародні або всеукраїнські вебінари / тренінги;
- короткострокові програми підвищення кваліфікації;
- підтверджені форми самоосвіти (для інформальної освіти — з мотиваційним поясненням).

Умови перезарахування:

- обсяг визнаних результатів **не перевищує 14 годин**;
- зміст заходу відповідає темам дисципліни;
- здобувач подає сертифікат або інший документ, що підтверджує навчання;
- викладач здійснює перевірку відповідності та приймає рішення про зарахування у межах поточної та підсумкової оцінки дисципліни;
- перезараховані години враховуються як виконання самостійної роботи або опанування окремих тем.

Платформа	Лінк
Prometheus	https://prometheus.org.ua/
EdEra	https://ed-era.com/courses/
ВУМ online	https://vumonline.ua/
EduHub	https://eduhub.in.ua/courses
Impactorium	https://impactorium.org/uk/all-courses/
Українська команда Google	https://grow.google/intl/ua/courses-and-tools/?category=career&type=online-courses
Coursera	https://www.coursera.org
Дія. Цифрова освіта	https://osvita.diia.gov.ua/
iversity.org (англомовна)	https://iversity.org/
online.stanford.edu (англомовна)	https://online.stanford.edu/free-courses

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		

6. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література

- Демченко А. І. Роль спортивного бренду в системі маркетингових комунікацій клубу. *Науковий вісник УжНУ. Серія : Економіка*. 2021. Вип. 35. С. 120–124.
- Іванов В. М. Маркетинг у спорті : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2024. 156 с.
- Лещенко Т. А. Брендинг у спорті: теоретико-прикладні аспекти. Одеса : ОДАБА, 2021. 120 с.
- Лукашук В. І. Маркетингові практики в індустрії спорту. URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2009/07/65-71_no-3_vol-30_2009_UKR.pdf
- Мартинюк Р. І. Бренд спортсмена як елемент спортивного іміджу: маркетинговий підхід. *Фізична культура, спорт та здоров'я нації*. 2021. Вип. 30. С. 43–47.
- Мельник Р. В. Інновації у спортивному маркетингу. *Вісник економіки та управління*. 2023. №5. С. 78–84.
- Петренко О. С. Брендинг у сфері фізичної культури і спорту: теоретико-методологічні засади. Харків : ХДАФК, 2020. 202 с.
- Пономарьов С. І. Спортивний маркетинг: теорія і практика. Харків : ХДАФК, 2020. 204 с.
- Поручинська І. В. Реклама та спонсорство як складові спортивного маркетингу. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2024. №29. С. 156–160. URL: ela.kpi.ua+lev.fmm.kpi.ua+1
- Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
- Ткаченко М. Ю. Цифровий брендинг у спорті: інструменти та стратегії. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2022. № 2. С. 98–105.
- Dubinsky I., & Kravchenko A. Sports Marketing in Eastern Europe : Challenges and Perspectives. *European Journal of Sports Management*. 2022. Vol. 8(2). P. 112–128.
- Smith A.C.T., Stewart B. *Introduction to Sport Marketing*. 2nd ed. London : Routledge, 2020. 312 p.
- Гоцул І., Гонюкова Л. Роль спортивного маркетингу та брендування у привабливості спортивних заходів та команд. *Тенденції розвитку наукової думки в менеджменті, галузях спорту, обслуговування та охорони здоров'я : зб. тез доп. II Міжнар. студ. наук. конф.* Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2023. С. 75–77.
- Майбутнє спортивного маркетингу: 13 трендів, на які варто звернути увагу у 2024 році та надалі. URL: <https://ua.tribuna.com/uk/others/blogs/3094974-majbutnye-sportyvnoho-marketyngu-13-trendiv-na-yaki-vart-o-zver/>
- Макаренко Л. П. Особливості формування бренду спортивної організації в умовах цифрової трансформації. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія : Соціальні комунікації*. 2023. №1(41). С. 75–80.

Інформаційні ресурси

1. Лукашук В. І. Маркетингові практики в індустрії спорту. URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2009/07/65-71_no-3_vol-30_2009_UKR.pdf
2. Майбутнє спортивного маркетингу: 13 трендів, на які варто звернути увагу у 2024 році та надалі. URL: <https://ua.tribuna.com/blogs/creativesportshots/3094974-majbutnye-sportyvnoho-marketynngu-13-trendiv-na-yaki-varto-zver/>
3. Полковниченко С. О., Гурський В. А., Хоменок М. В. Особливості реалізації комплексу маркетингу у сфері спорту. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/37.pdf
4. Офіційний сайт Міжнародного олімпійського комітету (МОК). URL: <https://olympics.com>.
5. Олімпійська бібліотека МОК. URL: <https://library.olympics.com>.
6. Національні олімпійські комітети (НОК) України. URL: <https://noc-ukr.org>.
7. Sport.ua. URL: <https://sport.ua>
Український спортивний сайт, де можна знайти новини, аналітику та інтерв'ю з представниками професійного та олімпійського спорту.
8. Sciencedirect.com. URL: <https://sciencedirect.com>
Науковий ресурс, де доступні статті, що стосуються спортивної науки, досліджень у галузі фізичної культури, фізіології та медицини спорту.
9. Google Scholar. URL: <https://scholar.google.com>
Академічна пошукова система, де можна знайти наукові публікації з різних аспектів олімпійського і професійного спорту.
10. Про підтримку олімпійського, параолімпійського руху та спорту вищих досягнень в Україні : Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 43. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1954-14>
11. Закон України «Про антидопінговий контроль у спорті». *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 23. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2353-14>.
12. Закон України «Про підтримку олімпійського, параолімпійського руху та спорту вищих досягнень в Україні». *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 43. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1954-14>
13. Національна баскетбольна асоціація. URL : www.nba.com
14. Національна хокейна ліга. URL : <https://www.nhl.com/>
15. Національна футбольна ліга. URL : www.nfl.com
16. Жіноча тенісна асоціація. URL : www.wtatennis.com
17. Федерация тенісу України. URL : www.ftu.org.ua

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Фахово-професійний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування лекційних і практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати лекційні і практичні заняття регулярно, мусять узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені заняття мають бути відпрацьовані протягом поточного змістового модулю. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання. Студенти, які станом на початок заліково-екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються. За умови систематичних пропусків може бути застосована процедура повторного вивчення дисципліни (див. посилання на Положення у додатку до силабусу).

Політика академічної доброчесності

Кожний студент зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Письмові завдання з використанням часткових або повнотекстових запозичень з інших робіт без зазначення авторства – це *плагіат*. Використання будь-якої інформації (текст, фото, ілюстрації тощо) мають бути правильно процитовані з посиланням на автора! Якщо ви не впевнені, що таке плагіат, фабрикація, фальсифікація, порадьтеся з викладачем. До студентів, у роботах яких буде виявлено

списування, плагіат чи інші прояви недоброчесної поведінки можуть бути застосовані різні дисциплінарні заходи (див. посилання на Кодекс академічної доброчесності ЗНУ в додатку до силабусу).

Роботи, у яких виявлено ознаки плагіату, до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання. Якщо ви не впевнені, чи підпадають зроблені вами запозичення під визначення плагіату, будь ласка, проконсультуйтеся з викладачем.

Висока академічна культура та європейські стандарти якості освіти, яких дотримуються у ЗНУ, вимагають від дослідників відповідального ставлення до вибору джерел. Посилання на такі ресурси, як Wikipedia, бази даних рефератів та письмових робіт (Studopedia.org та подібні) є неприпустимим. Рекомендовані бази даних для пошуку джерел:

Електронні ресурси Національної бібліотеки ім. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua>

Визнання результатів неформальної освіти

Неформальна освіта – це освіта, яка здобувається, як правило, за освітніми програмами та не передбачає присудження визнаних державою освітніх кваліфікацій за рівнями освіти, але може завершуватися присвоєнням професійних та/або присудженням часткових освітніх кваліфікацій. Види неформальної освіти: професійні курси/тренінги – це тренінги та або/семінари з підвищення кваліфікації та/або здобуття нових навичок; громадська освіта – проекти, які направлені на широкі верстви населення, виконувати свою роль як активних громадян, задля формування знань та навичок, необхідних для участі у громадському середовищі та включає в себе неформальні соціальні інститути (громади, бібліотеки, громадські організації, ЗМІ тощо); онлайн-освіта – це інтернет-курс з інтерактивною участю та відкритим доступом через мережу інтернет як здобувачів, так і спікерів; професійне навчання/стажування – навчання безпосередньо на робочому місці під керівництвом відповідальної особи після теоретичної підготовки або одночасно з нею з метою практичного оволодіння спеціальністю, адаптації на робочому місці та інше; мотиваційні лекції – навчання, яке базується на представленні кращих практик та досягнень спікера, дискусіях щодо практичного застосування набутих навичок.

Перезарахування результатів здійснюється на добровільній основі та передбачає підтвердження того, що здобувач вищої освіти досяг результатів навчання, передбачених освітньою програмою, за якою він навчається. У випадку визнання результатів навчання здобувачу зараховується певна кількість балів відповідно до оцінювання відповідного змістового модуля.

Загальний обсяг балів, що зараховуються здобувачу вищої освіти за підсумками визнання результатів неформального навчання не може перевищувати 25% балів поточного контрольного оцінювання. Здобувач вищої освіти не може бути звільнений від атестації за підсумками визнання результатів неформального навчання.

Визнання та перезарахування результатів неформального навчання, проводять за заявою здобувача вищої освіти та наявності підтверджуючих документів щодо здобутих знань за програмами неформальної освіти (сертифікатів, кваліфікаційних свідоцтв тощо) на ім'я декана факультету. У випадку подання зазначених вище документів іноземною мовою (як таких, що видані за межами України) заявник подає їх переклад.

Заява повинна містити: прізвище, ім'я, по батькові; опис результатів неформального навчання, щодо визнання яких подається заява; інформацію про суб'єкт, який здійснював неформальне навчання або з яким пов'язана професійна, громадська або інша діяльність (за наявності), під час якої здобувалися відповідні результати навчання; інформацію про попереднє навчання та досвід діяльності заявника, під час яких здобувалися результати неформального навчання та/або відповідної діяльності (за наявності); перелік додаткових документів для підтвердження інформації про неформальне навчання (за наявності).

У процесі визнання результатів неформального навчання *не підлягають розгляду* документи, що підтверджують неформальне навчання та/або професійну, громадську чи іншу діяльність, видані на тимчасово окупованій території України або території держави, визнаної Верховною Радою України державою-агресором або державою-окупантом.

Прийняття рішення про визнання результатів неформального навчання заявника здійснюється комісією випускової кафедри за підсумками оцінювання задекларованих результатів навчання.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Будь ласка, вимкніть на беззвучний режим свої мобільні телефони та не користуйтеся ними

під час занять. Мобільні телефони відволікають викладача та ваших колег. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них (за погодженням з викладачем).

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle. Важливі повідомлення загального характеру регулярно розміщуються на сторінці курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам».

Очікується, що студенти перевірятимуть свою електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle та реагуватимуть своєчасно. Всі робочі оголошення можуть надсилатися через старосту, на електронну пошту та розміщуватимуться в Moodle. Будь ласка, перевіряйте повідомлення вчасно.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ НА 2025-2026 н.р. доступний за адресою: https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/1635.ukr.html.

НАВЧАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ <https://lnk.ua/gk4x2wkVy>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (у тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Процедура повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://lnk.ua/9MVwgEpVz>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://lnk.ua/EYNg6GpVZ>.

Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://lnk.ua/QRVdWGwe3>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://lnk.ua/3R4avGqeJ>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**

Електронна адреса: v_banakh@znu.edu.ua

Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх

навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Спеціалізована допомога: (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://lnk.ua/5pVJr17VP>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <https://library.znu.edu.ua/>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (СЕЗН ЗНУ): <https://moodle.znu.edu.ua/>.

Посилання для відновлення паролю: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <https://sites.znu.edu.ua/child-advance/>.